

Chiffre d'affaires en hausse de +10,8 % au premier trimestre Troisième trimestre consécutif de croissance à deux chiffres

- Chiffre d'affaires du Groupe à 7 127 millions d'euros au T1, en hausse de +10,8 % à taux de change constants¹ et de +4,1 % à taux de change courants
- Croissance à deux chiffres des deux segments, Professional Solutions et Direct to Consumer
- Activités traditionnelles sur un rythme de croissance de l'ordre de +5 %
- Amérique du Nord en hausse de +12,5 % et région EMEA en hausse de +9,5 %, soutenues par les lunettes avec IA et la solide performance de la marque Ray-Ban
- Accélération de la Chine, en hausse low teens, soutenue par la myopie et le commerce de détail
- Croissance de +26 % du portefeuille des solutions de gestion de la myopie, avec une progression de +18 % sur le marché clé de la Chine
- Excellent démarrage des nouveaux modèles optiques de Ray-Ban avec IA
- L'investissement dans Top Charoen – environ 2 000 magasins – étend le réseau de distribution en Thaïlande, un marché à fort potentiel, et porte à près de 20 000 le nombre des points de vente du Groupe dans le monde

Paris, France (22 avril 2026 – 18h00) – EssilorLuxottica annonce un chiffre d'affaires consolidé au premier trimestre 2026 de 7 127 millions d'euros, en hausse de +10,8 % à taux de change constants¹ par rapport au chiffre d'affaires du premier trimestre 2025 (+4,1 % à taux de change courants).

Francesco Milleri, Président-Directeur Général, et Paul du Saillant, Directeur Général Délégué d'EssilorLuxottica ont commenté : « Avec ce troisième trimestre consécutif de croissance à deux chiffres, nous démontrons une nouvelle fois la solidité et la pertinence de notre stratégie, ainsi que notre capacité à la mettre en œuvre. Nous avons maintenu une dynamique robuste dans l'ensemble des régions et des activités, portée par la solidité de nos activités liées à l'optique et aux lunettes, et par notre dynamique d'innovation.

Cette dynamique a été au cœur des événements SWITCH d'Orlando et de Monaco, où nous avons invité des milliers de partenaires et de clients à découvrir les évolutions technologiques et le portefeuille de solutions qui vont transformer la vie des consommateurs. Elle se traduit également par la progression solide et continue de notre plateforme de solutions de gestion de la myopie et par les très bons résultats des wearables, avec le lancement réussi des nouveaux modèles optiques Ray-Ban Meta. En parallèle, nous avons étendu notre réseau de distribution avec un investissement en Thaïlande dans Top Charoen et ses 2 000 magasins, pour faciliter l'accès de millions de personnes à notre écosystème de santé visuelle de classe mondiale.

Guidés par une stratégie de plus en plus portée par la science et la med-tech, nous restons concentrés sur son exécution. Dans un environnement incertain, nous avançons avec détermination et confiance, forts de l'engagement et de la résilience de nos collègues à travers le monde, et façonnons le futur auquel nous croyons. »

* * *

Sauf indication contraire, les commentaires ci-après portent sur la performance du chiffre d'affaires à taux de change constants¹ par rapport au chiffre d'affaires 2025.

Faits marquants

L'année a débuté avec une croissance à deux chiffres, le chiffre d'affaires affichant une hausse de +10,8 % (+4,1 % à taux de change courants). Les segments Professional Solutions et Direct to Consumer ont contribué de manière équilibrée à la performance. L'Amérique du Nord a enregistré une croissance à deux chiffres, tandis que toutes les autres régions ont affiché des croissances à un chiffre élevé.

Chiffre d'affaires du Groupe par activité

En millions d'euros	T1 2026	À taux de change constants ¹		À taux de change courants
		T1 2025		
Professional Solutions	3 362	3 236	+10,8 %	+3,9 %
Direct to Consumer	3 764	3 612	+10,7 %	+4,2 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	7 127	6 848	+10,8 %	+4,1 %

Professional Solutions

Le segment Professional Solutions a enregistré un chiffre d'affaires de 3 362 millions d'euros, en hausse de +10,8 % par rapport à 2025 sur la même période (+3,9 % à taux de change courants).

L'Amérique du Nord et la région Asie-Pacifique ont été les principaux moteurs de croissance ce trimestre, enregistrant une croissance à deux chiffres. Le chiffre d'affaires dans la région EMEA a augmenté de l'ordre de +5 %, tandis que l'Amérique latine a affiché une croissance à un chiffre élevé. Parmi les marques de montures, Ray-Ban et Oakley ont été les plus performantes, soutenues par la catégorie des lunettes avec IA. Dans le domaine des verres optiques, l'innovation a stimulé la performance, portée par les solutions de gestion de la myopie.

Direct to Consumer

Le segment Direct to Consumer a enregistré un chiffre d'affaires de 3 764 millions d'euros, en hausse de +10,7 % par rapport au premier trimestre 2025 (+4,2 % à taux de change courants).

Les ventes à magasins comparables³ ont augmenté de +7 % sur la période. La performance a été tirée par l'Amérique du Nord, qui a enregistré une croissance à deux chiffres, ainsi que par la région EMEA et l'Amérique latine, toutes deux en hausse de l'ordre de +5 %. Les magasins d'optique et de lunettes de soleil ont contribué aux résultats, la croissance des ventes à magasins comparables³ dans les enseignes solaires s'améliorant pour atteindre un taux de l'ordre de +15 %. La demande pour les lunettes avec IA a continué de soutenir à la fois l'activité des magasins physiques et le e-commerce. Les cliniques ophtalmologiques Optegra et Signifeye ont été consolidées dans les comptes depuis respectivement octobre 2025 et février 2026.

Chiffre d'affaires du Groupe par zone géographique

En millions d'euros	T1 2026	T1 2025	À taux de change constants ¹	À taux de change courants
Amérique du Nord	3 125	3 079	+12,5 %	+1,5 %
EMEA	2 738	2 548	+9,5 %	+7,5 %
Asie-Pacifique	874	852	+9,8 %	+2,6 %
Amérique latine	389	369	+6,7 %	+5,4 %
CHIFFRE D'AFFAIRES	7 127	6 848	+10,8 %	+4,1 %

Amérique du Nord

La région Amérique du Nord a enregistré un chiffre d'affaires de 3 125 millions d'euros, en hausse de +12,5 % par rapport au premier trimestre 2025 (+1,5 % à taux de change courants), avec une croissance à deux chiffres tant sur Professional Solutions que sur Direct to Consumer.

Le segment Professional Solutions a enregistré une croissance à deux chiffres, de l'ordre de +15 %, au cours de la période. Les indépendants, avec les alliances, et les comptes clés ont été les principaux contributeurs à cette croissance. Côté montures, Ray-Ban a accéléré, avec une croissance exponentielle dans les lunettes avec IA et une belle progression également dans les lunettes traditionnelles, avec une hausse à deux chiffres dans les catégories solaire et optique. Côté verres, les marques Varilux, Eyezen, Shamir et Nikon étaient toutes sur une tendance positive. Stellest est aujourd'hui déployé dans environ six mille points de vente et bénéficie d'une bonne dynamique, après une phase de lancement qui a permis de poser des bases solides pour une forte montée en puissance sur le reste de l'année.

Le segment Direct to Consumer a affiché une solide performance, avec une croissance des ventes à magasins comparables³ légèrement supérieure à +10 %. Grâce à une exécution toujours efficace, la catégorie optique a connu une croissance à un chiffre élevé, en dépit d'une base de comparaison élevée l'an dernier. Les catégories solaire et sport ont nettement surperformé, avec une contribution positive également des magasins Supreme. Sunglass Hut a progressé à un rythme de croissance à deux chiffres, malgré des conditions météorologiques défavorables, soutenu par la forte performance de Ray-Ban tant dans les lunettes avec IA que dans les lunettes traditionnelles. Le e-commerce a connu une croissance à un chiffre élevé sur la période.

EMEA

La région EMEA a enregistré un chiffre d'affaires de 2 738 millions d'euros, en hausse de +9,5 % par rapport au premier trimestre 2025 (+7,5 % à taux de change courants), avec une croissance de l'ordre de +5 % pour le segment Professional Solutions et à deux chiffres pour le segment Direct to Consumer.

La solide performance dans le segment Professional Solutions a été portée par toutes les principales catégories de produits. Les lunettes avec IA ont continué à soutenir les résultats globaux, avec un déploiement progressif au travers des réseaux de distribution dans la région, où plus de la moitié des points de vente ne sont pas encore desservis. Parmi les marques de montures sous licence, Miu Miu s'est distinguée comme la marque connaissant la meilleure performance au premier trimestre. Côté verres, Varilux et Transitions ont tous deux connu une hausse sur la période. De plus, Stellest a continué de gagner en popularité et a enregistré une croissance à deux chiffres. Parmi les principaux pays, le Royaume-Uni, l'Italie, la Turquie et la Pologne ont enregistré les meilleures performances de croissance.



Dans le segment Direct to Consumer, les ventes à magasins comparables³ ont augmenté de l'ordre de +5 % sur EMEA, les enseignes d'optique étant globalement alignées sur le rythme de la région. Cette performance est soutenue par la stratégie de montée en gamme sur les verres et par un nombre plus important d'exams de la vue, avec des tests visuels avancés désormais disponibles en Allemagne et au Royaume-Uni. Le programme d'abonnement a continué de s'étendre, couvrant plus de 2,5 millions d'adhérents dans 19 pays, incluant à la fois les lunettes de vue et les lentilles de contact. Les enseignes solaires ont enregistré une croissance à deux chiffres des ventes à magasins comparables³, avec l'Espagne, l'Italie et la Turquie comme principaux contributeurs, la performance globale de ces enseignes ayant été sensiblement améliorée par les lunettes avec IA. Les cliniques ophtalmologiques Optegra et Signifeye ont été consolidées dans les comptes respectivement depuis octobre 2025 et février 2026. Au Royaume-Uni, la plateforme d'ophtalmologie du Groupe propose déjà des solutions intégrées tout au long du parcours patient.

Asie-Pacifique

La région Asie-Pacifique a enregistré un chiffre d'affaires de 874 millions d'euros, en hausse de +9,8 % par rapport au premier trimestre de 2025 (+2,6 % à taux de change courants), les deux segments Professional Solutions et Direct to Consumer contribuant aux résultats.

Dans le segment Professional Solutions, la Chine a enregistré une croissance robuste à deux chiffres, en accélération par rapport à la performance annuelle de 2025. Ces résultats ont été soutenus par le portefeuille des solutions de gestion de la myopie, avec de fortes contributions des verres Nikon et Kodak DOT, ainsi que par la catégorie des montures, où Bolon et Miu Miu se sont distinguées comme marques les plus performantes. L'Inde a affiché une croissance remarquable à deux chiffres, tirée par les montures, grâce à une forte dynamique sur les lunettes avec IA et aux puissantes marques de luxe sous licence, la catégorie des verres affichant également une solide performance. Parmi les autres pays, l'Australie, la Corée du Sud et le Japon ont apporté une contribution positive aux résultats de la région.

Dans le segment Direct to Consumer, les ventes à magasins comparables³ ont enregistré une croissance dans le bas de la fourchette à un chiffre. En Australie/Nouvelle-Zélande, les ventes à magasins comparables³ d'OPSM sont restées stables sur le trimestre, soutenues par la stratégie de montée en gamme des verres. Les lunettes Nuance Audio ont continué de gagner en dynamisme après leur lancement au quatrième trimestre 2025. Dans le domaine des traitements oculaires, le déploiement des instruments Espansione dédiés à la sécheresse oculaire s'est poursuivi dans l'ensemble du réseau OPSM. Parmi les autres pays, la Chine continentale a enregistré une croissance à deux chiffres des ventes à magasins comparables³, avec une contribution positive à la fois du segment solaire et de l'optique. Dans toute la région, les enseignes solaires ont affiché une croissance de l'ordre de +5 %, soutenue par une forte demande pour les lunettes avec IA.

Amérique latine

L'Amérique latine a enregistré un chiffre d'affaires de 389 millions d'euros, en hausse de +6,7 % par rapport au premier trimestre 2025 (+5,4 % à taux de change courants), soutenue par des résultats positifs tant sur Professional Solutions que sur Direct to Consumer.

Dans le segment Professional Solutions, le chiffre d'affaires au Brésil est resté globalement stable, l'activité montures affichant de solides résultats, soutenue par les lunettes avec IA et les montures optiques Ray-Ban et Oakley. Le programme de franchise Óticas Carol a poursuivi sa progression régulière, bénéficiant de l'amélioration des services en magasin et de l'assortiment de produits. Dans les autres pays, le Mexique a enregistré une croissance à deux chiffres, portée par les lunettes avec IA et les technologies médicales destinées aux professionnels de la santé.



visuelle. En Colombie, l'activité des montures a particulièrement bien performé, soutenue par les indépendants. L'Argentine a affiché une croissance à deux chiffres sur le trimestre.

Le segment Direct to Consumer a enregistré une croissance des ventes à magasins comparables³ de l'ordre de +5 % au premier trimestre. Les catégories solaire et optique y ont toutes deux contribué, la seconde étant portée par la mise en œuvre réussie de la stratégie de montée en gamme des verres. Le Mexique, le Pérou et le Brésil ont continué de se distinguer parmi les pays les plus performants. Au Mexique comme au Brésil, la demande pour les lunettes avec IA a soutenu les résultats sur la période.

Nombre de magasins

	Au 31 mars 2026	Au 31 décembre 2025
Amérique du Nord	3 795	3 814
EMEA	5 999	6 046
Asie-Pacifique	1 697	1 682
Amérique latine	2 138	2 142
Magasins du Groupe	13 629	13 684
Franchisés et autres	4 052	4 066
NOMBRE TOTAL DE MAGASINS	17 681	17 750

Perspectives à long terme

Ancrées dans notre transformation med-tech, ces perspectives à long terme reflètent l'expansion de notre plateforme santé fondée sur l'IA. Elles traduisent une nouvelle étape dans notre trajectoire vers une position de leader mondial de la santé visuelle avancée et intégrée, avec l'ambition d'améliorer la performance humaine.

Dans cet esprit, le Groupe prévoit de réaliser, au cours des cinq prochaines années et à taux de change constants¹, une croissance soutenue de son chiffre d'affaires total et une croissance globalement alignée de son résultat opérationnel ajusté².

Conférence téléphonique

Une conférence téléphonique en anglais se tiendra ce jour à 18h30.

Celle-ci sera accessible en direct ou en différé par le lien suivant :

<https://streamstudio.world-television.com/1217-2090-43269/en>

Prochains événements destinés aux investisseurs

Résultats & Assemblée générale annuelle des actionnaires :

- 28 avril 2026 : Assemblée générale annuelle des actionnaires
- 28 juillet 2026 : Chiffre d'affaires T2 2026 et Résultats S1 2026
- 20 octobre 2026 : Chiffre d'affaires T3 2026

Conférences destinées aux investisseurs :

- 20 mai 2026 : Conférence Morgan Stanley Luxury Goods à Paris
- 21 mai 2026 : Conférence HSBC Luxury Goods à Paris
- 1^{er} juin 2026 : Conférence BNPP Exane Luxury Goods à Paris
- 2 juin 2026 : Conférence BNPP Exane CEO à Paris
- 18 juin 2026 : Forum J.P. Morgan European Healthcare à Londres



Notes

Les totaux des tableaux étant issus de montants non arrondis, des écarts peuvent exister entre ceux-ci et la somme des montants arrondis des éléments dont ils sont constitués.

1 Chiffres à taux de change constants : les chiffres à taux de change constants ont été calculés sur la base des taux de change moyens de la même période de l'année de comparaison.

2 Mesures ou indicateurs ajustés : ajustés des produits et charges liés au rapprochement entre Essilor et Luxottica (« Rapprochement EL »), à l'acquisition de GrandVision (« Acquisition GV »), aux autres acquisitions stratégiques et significatives, et d'autres transactions inhabituelles, occasionnelles ou sans rapport avec les activités normales, l'impact de ces événements pouvant altérer la compréhension des performances du Groupe. Une description des autres transactions inhabituelles, occasionnelles ou sans rapport avec les activités normales est incluse dans les informations à fournir au semestre et à la fin de l'exercice (voir le paragraphe dédié *Indicateurs ajustés*).

3 Ventes à magasins comparables : reflètent, à fins de comparaison, l'évolution des ventes des seuls magasins de la période récente qui étaient également ouverts sur la période comparable de l'année précédente. Pour chaque zone géographique, le calcul applique à l'ensemble des périodes le taux de change moyen de l'année.

AVERTISSEMENT

Ce communiqué de presse contient des déclarations prévisionnelles qui reflètent les attentes actuelles d'EssilorLuxottica eu égard à des événements futurs et à la performance financière et opérationnelle future. Ces déclarations prévisionnelles sont fondées sur les convictions, hypothèses et attentes d'EssilorLuxottica en lien avec des événements futurs et des tendances qui affectent la performance future d'EssilorLuxottica, en prenant en compte l'ensemble des informations dont EssilorLuxottica dispose actuellement, et ne sont en aucun cas des garanties de performance future. Par nature, les déclarations prévisionnelles comportent des risques et des incertitudes, parce qu'elles portent sur des événements et dépendent de circonstances qui pourraient, ou non, survenir dans le futur, et EssilorLuxottica ne peut pas garantir l'exactitude et la complétude des déclarations prévisionnelles. Un nombre important de facteurs, qui ne sont pas tous connus d'EssilorLuxottica ou sous son contrôle, pourraient faire diverger, de manière significative, les résultats ou les conclusions, par rapport à ce qui figure dans les déclarations prévisionnelles, du fait de risques ou d'incertitudes rencontrés par EssilorLuxottica. Toute déclaration prévisionnelle est formulée uniquement à la date de ce communiqué de presse, et EssilorLuxottica n'est soumise à aucune obligation de mettre à jour ou de réviser, publiquement, les déclarations prévisionnelles, que ce soit à la suite d'une nouvelle information ou pour toute autre raison.

Contacts

Giorgio Iannella

Marco Catalani

Head of Investor Relations

Head of Corporate Communications

ir@essilorluxottica.com

media@essilorluxottica.com

A propos

d'EssilorLuxottica

EssilorLuxottica est un leader mondial dans la conception, la fabrication et la distribution de solutions avancées de santé visuelle, de lunettes et de solutions med-tech. EssilorLuxottica dispose des technologies de verres optiques les plus innovantes, telles que Varilux, Stellest et Transitions, des marques les plus emblématiques telles que Ray-Ban, Oakley et Supreme, des lunettes connectées à succès comme Ray-Ban Meta, Oakley Meta Vanguard et Nuance Audio, des marques de luxe sous licence les plus appréciées et des enseignes de distribution de premier plan telles que Sunglass Hut, LensCrafters, Vision Express et Apollo. Avec plus de 200 000 collaborateurs dans 150 pays, 600 sites industriels, servant 300 000 clients opticiens et opérant près de 18 000 magasins, le Groupe a généré un chiffre d'affaires consolidé de 28,5 milliards d'euros en 2025. EssilorLuxottica est coté sur Euronext Paris et fait partie des indices Euro Stoxx 50 et CAC 40. Codes : ISIN: FR0000121667; Reuters: ESLX.PA; Bloomberg: EL:FP. www.essilorluxottica.com